

IMPLEMENTASI MANAJEMEN STRATEGI DIGITAL DALAM TRANSFORMASI BISNIS: STUDI PADA UMKM INDONESIA

Yanti Susanti¹, Nanda Ayu Frastika²

Universitas Yatsi Madani

yanti.susanti@uym.ac.id¹, ayunandaf22@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis implementasi manajemen strategi digital dalam transformasi bisnis UMKM di Indonesia selama periode 2023-2024. Dengan menggunakan pendekatan mixed-method yang mengintegrasikan analisis kuantitatif dan kualitatif terhadap sampel 200 UMKM, penelitian mengungkapkan korelasi positif yang signifikan antara adopsi strategi digital dengan peningkatan performa bisnis. Hasil analisis menunjukkan bahwa 76% UMKM yang mengimplementasikan strategi digital mencatat pertumbuhan pendapatan signifikan, dengan peningkatan rata-rata 45% dalam efisiensi operasional. Studi ini juga mengidentifikasi bahwa 45% UMKM telah mengadopsi e-commerce, 38% mengimplementasikan sistem manajemen digital, dan 28% memiliki strategi digital formal. Faktor-faktor kritis keberhasilan meliputi kepemimpinan digital, kapabilitas teknologi, dan budaya inovasi. Transformasi digital terbukti meningkatkan daya saing pasar sebesar 56% dan mengoptimalkan rantai pasok hingga 35%. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman implementasi strategi digital pada UMKM dan menyediakan rekomendasi praktis untuk akselerasi transformasi digital sektor UMKM di Indonesia.

Kata Kunci: Manajemen strategi digital, transformasi digital, UMKM, daya saing digital, e-commerce

ABSTRACT

This study analyzes the implementation of digital strategy management in Indonesian MSMEs' business transformation during the 2023-2024 period. Employing a mixed-method approach integrating quantitative and qualitative analysis of 200 MSMEs, the research reveals a significant positive correlation between digital strategy adoption and improved business performance. Results indicate that 76% of MSMEs implementing digital strategies recorded significant revenue growth, with an average increase of 45% in operational efficiency. The study also identifies that 45% of MSMEs have adopted e-commerce, 38% implemented digital management systems, and 28% maintained formal digital strategies. Critical success factors include digital leadership, technological capabilities, and innovation culture. Digital transformation proved to enhance market competitiveness by 56% and optimize supply chains by 35%. This research contributes significantly to understanding digital strategy implementation in MSMEs and provides practical recommendations for accelerating digital transformation in Indonesia's MSME sector.

Keywords: Digital strategy management, digital transformation, MSMEs, digital competitiveness, e-commerce

PENDAHULUAN

Era transformasi digital telah menghadirkan perubahan fundamental dalam lanskap bisnis global, menghadirkan tantangan sekaligus peluang yang signifikan bagi pelaku usaha di berbagai sektor. Dalam konteks Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tengah menghadapi fase kritis dalam mengadaptasi teknologi digital dan mengembangkan strategi yang relevan dengan tuntutan (Septiani & Wahyuni 2024). Transformasi digital bukan sekadar tentang adopsi teknologi semata, melainkan suatu proses kompleks yang memerlukan pendekatan strategis dan

holistik dalam mengintegrasikan aspek teknologi, proses bisnis, dan manajemen perubahan secara menyeluruh. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mendorong penetrasi internet di Indonesia mencapai 73.7% pada tahun 2023, menciptakan potensi pasar digital yang sangat besar. Namun, fakta bahwa hanya 32% UMKM yang telah mengimplementasikan strategi digital secara komprehensif menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara potensi dan realisasi transformasi digital di sektor ini (Putri & Widadi, 2024). Kesenjangan ini menjadi semakin krusial mengingat perubahan perilaku konsumen yang semakin condong pada transaksi digital dan ekspektasi akan pengalaman digital yang seamless dalam berinteraksi dengan bisnis.

Dalam konteks manajemen strategi digital, UMKM Indonesia menghadapi berbagai tantangan kompleks yang memerlukan pendekatan sistematis dan terstruktur. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Riduan & Riza Firdaus, 2024), implementasi strategi digital yang efektif membutuhkan tidak hanya investasi dalam infrastruktur teknologi, tetapi juga pengembangan kapabilitas digital, transformasi budaya organisasi, dan peningkatan literasi digital di seluruh level organisasi. Hal ini menjadi semakin krusial mengingat persaingan global yang semakin intensif dan masuknya pemain digital native yang memiliki keunggulan kompetitif dalam hal teknologi dan inovasi.

Dinamika pasar yang terus berevolusi menghadirkan urgensi bagi UMKM untuk tidak hanya mengadopsi teknologi digital, tetapi juga mengembangkan strategi digital yang koheren dan berkelanjutan. Studi yang dilakukan oleh (Tahir et al., 2023) mengindikasikan bahwa kesuksesan transformasi digital UMKM sangat bergantung pada kemampuan organisasi dalam menyelaraskan strategi digital dengan tujuan bisnis, kapabilitas organisasi, dan kebutuhan pasar. Pentingnya alignment strategis ini semakin dipertegas oleh temuan bahwa UMKM yang berhasil mengimplementasikan manajemen strategi digital secara efektif menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal efisiensi operasional, jangkauan pasar, dan daya saing. Transformasi digital UMKM juga berhadapan dengan tantangan struktural yang memerlukan perhatian khusus. Penelitian (Ferdiansyah & Tricahyono, 2023) mengidentifikasi beberapa faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan transformasi digital UMKM, termasuk di antaranya adalah akses terhadap sumber daya finansial, ketersediaan talenta digital, dan dukungan ekosistem digital yang memadai. Pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor ini menjadi crucial mengingat heterogenitas UMKM Indonesia dalam hal skala, sektor, dan tingkat kematangan digital. Dalam konteks kinerja bisnis, implementasi manajemen strategi digital telah menunjukkan dampak yang signifikan terhadap berbagai indikator performa UMKM. Riset yang dilakukan oleh (Pratamansyah, 2024) mendemonstrasikan bahwa UMKM yang berhasil mengimplementasikan strategi digital secara efektif mencatatkan peningkatan rata-rata 45% dalam produktivitas, 60% dalam efisiensi operasional, dan 75% dalam jangkauan pasar. Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan strategis dalam transformasi digital untuk mengoptimalkan potensi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Kesenjangan dalam implementasi manajemen strategi digital di kalangan UMKM Indonesia tidak hanya berimplikasi pada level organisasi, tetapi juga pada daya saing nasional secara keseluruhan. Menurut analisis yang dilakukan oleh (Bidasari & Goso, 2023), keterlambatan dalam adaptasi digital dapat mengakibatkan hilangnya peluang pasar, penurunan produktivitas, dan melemahnya posisi kompetitif UMKM Indonesia dalam rantai nilai global. Hal ini menjadi semakin relevan dalam konteks integrasi ekonomi regional dan global yang semakin intensif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif implementasi manajemen strategi digital pada UMKM Indonesia, dengan fokus pada tiga aspek utama: efektivitas implementasi, faktor-faktor kritis keberhasilan, dan dampaknya terhadap kinerja bisnis. Melalui pendekatan metodologis yang rigorous dan analisis mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan baik secara teoretis maupun praktis dalam pengembangan strategi digital UMKM yang efektif dan berkelanjutan.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fakta bahwa transformasi digital telah menjadi imperatif strategis bagi kelangsungan dan pertumbuhan UMKM di era post-pandemi. Pemahaman mendalam terhadap dinamika implementasi manajemen strategi digital, termasuk tantangan dan faktor-faktor kritis keberhasilan, menjadi esensial dalam merumuskan rekomendasi kebijakan dan strategi yang tepat bagi pengembangan UMKM di era digital. Melalui eksplorasi sistematis terhadap efektivitas implementasi manajemen strategi digital, identifikasi faktor-faktor kritis keberhasilan, dan evaluasi dampaknya terhadap kinerja bisnis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi praktisi UMKM, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengoptimalkan potensi transformasi digital bagi pengembangan UMKM Indonesia yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan mixed-method yang komprehensif, mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman holistik mengenai implementasi manajemen strategi digital pada UMKM di Indonesia. Pemilihan desain penelitian mixed-method didasarkan pada kompleksitas fenomena yang diteliti dan kebutuhan untuk menghasilkan temuan yang robust melalui triangulasi data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan. Dalam dimensi kuantitatif, penelitian ini melibatkan survei terstruktur terhadap 200 UMKM yang dipilih menggunakan teknik stratified random sampling untuk memastikan representasi yang memadai dari berbagai sektor industri, ukuran bisnis, dan tingkat maturitas digital. Sampel penelitian distratifikasi berdasarkan sektor usaha (manufaktur, jasa, perdagangan), skala usaha (mikro, kecil, menengah), dan lokasi geografis (urban, suburban, rural) untuk memastikan generalisabilitas temuan. Penentuan ukuran sampel mempertimbangkan margin error $\pm 5\%$ dengan tingkat kepercayaan 95%.

Komponen kualitatif penelitian melibatkan wawancara mendalam semi-terstruktur dengan 30 pemilik atau manajer UMKM yang dipilih secara purposive untuk mewakili variasi dalam tingkat adopsi digital dan kinerja bisnis. Wawancara dilakukan menggunakan protokol yang telah divalidasi melalui pilot study, mencakup aspek-aspek kunci implementasi strategi digital, faktor-faktor kritis keberhasilan, dan dampak terhadap kinerja bisnis. Durasi setiap wawancara berkisar antara 60-90 menit, direkam secara digital dengan persetujuan informan, dan ditranskripsikan verbatim untuk analisis. Observasi langsung implementasi digital dilakukan pada subset 50 UMKM dari total sampel, menggunakan instrumen observasi terstruktur yang dikembangkan berdasarkan kerangka kerja transformasi digital. Observasi mencakup aspek infrastruktur teknologi, proses bisnis digital, kapabilitas SDM, dan praktik manajemen digital. Setiap sesi observasi berlangsung selama 3-4 jam, dilengkapi dengan dokumentasi foto dan catatan lapangan terstruktur.

Pengumpulan data dilaksanakan melalui tiga metode utama: wawancara terstruktur, observasi lapangan, dan analisis dokumen digital. Wawancara terstruktur menggunakan

kuesioner yang telah divalidasi, mencakup skala Likert 5-poin untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Instrumen penelitian divalidasi melalui expert review dan pilot testing pada 30 UMKM di luar sampel utama, dengan hasil uji reliabilitas Cronbach's alpha > 0.8 untuk semua konstruk. Observasi lapangan dilakukan menggunakan checklist terstruktur yang mencakup indikator-indikator implementasi digital seperti penggunaan teknologi, proses bisnis digital, dan praktik manajemen digital. Analisis dokumen digital meliputi evaluasi presence digital UMKM, termasuk website, media sosial, dan platform e-commerce, menggunakan rubrik penilaian terstandar.

Analisis data mengadopsi pendekatan multi-level yang mengintegrasikan beberapa teknik analisis. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasi sampel dan mengidentifikasi pola-pola umum dalam implementasi strategi digital. Measures of central tendency dan dispersion digunakan untuk menggambarkan distribusi variabel-variabel kunci, sementara cross-tabulation digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antar variabel kategoris. Analisis regresi multivariat dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel independen (faktor-faktor implementasi strategi digital) dengan variabel dependen (kinerja bisnis). Model regresi dikembangkan dengan mempertimbangkan potential confounding variables seperti ukuran bisnis, sektor industri, dan lokasi geografis. Asumsi-asumsi statistik seperti normalitas, multikolinearitas, dan homoskedastisitas diuji dan dipenuhi sebelum analisis final.

Structural Equation Modeling (SEM) diimplementasikan untuk menguji model konseptual yang menghubungkan konstruk-konstruk penelitian. Model pengukuran divalidasi melalui Confirmatory Factor Analysis (CFA), sementara model struktural digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Goodness-of-fit indices seperti CFI, TLI, RMSEA, dan SRMR digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian model. Analisis konten kualitatif dilakukan terhadap data wawancara dan observasi menggunakan pendekatan tematik. Proses coding dilakukan secara iteratif, dimulai dengan open coding untuk mengidentifikasi tema-tema emergen, dilanjutkan dengan axial coding untuk mengembangkan kategori-kategori konseptual, dan selective coding untuk mengintegrasikan temuan dengan kerangka teoretis penelitian.

Untuk memastikan kredibilitas dan trustworthiness penelitian, beberapa strategi validasi diterapkan, termasuk triangulasi metode dan sumber data, member checking dengan informan kunci, peer debriefing dengan peneliti independen, dan audit trail yang detail. Ethical considerations dijaga melalui informed consent, confidentiality agreement, dan perlindungan data responden sesuai dengan protokol etika penelitian yang berlaku. Limitasi metodologis diakui dan didokumentasikan, termasuk potensi self-selection bias dalam sampel survei dan retrospective bias dalam data wawancara. Strategi mitigasi diterapkan melalui triangulasi data dan validasi silang dengan sumber-sumber sekunder. Timeline penelitian dirancang untuk mengakomodasi pengumpulan dan analisis data yang komprehensif, dengan durasi total 12 bulan termasuk pilot study, pengumpulan data utama, analisis, dan penulisan laporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Manajemen Strategi Digital Dalam Transformasi Bisnis: Studi Pada Umkm Indonesia

Implementasi manajemen strategi digital pada UMKM Indonesia menunjukkan pola adopsi yang bervariasi, dengan tingkat penetrasi e-commerce mencapai 45% dari total sampel

yang diteliti. Analisis mendalam terhadap pola implementasi ini mengungkapkan beberapa temuan signifikan yang dapat dikategorisasikan sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Implementasi E-commerce pada UMKM

Kategori Implementasi	Persentase (%)	Jumlah UMKM	Tingkat Keberhasilan (%)
Fully Integrated	18.5	37	85.3
Partially Integrated	16.0	32	62.7
Initial Stage	10.5	21	43.2
Non-Integrated	55.0	110	-

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 45% UMKM yang telah mengimplementasikan e-commerce, terdapat variasi signifikan dalam tingkat integrasinya. Sebanyak 18.5% UMKM telah mencapai tingkat integrasi penuh (fully integrated), ditandai dengan seamless integration antara platform e-commerce dengan sistem operasional internal, manajemen inventori, dan sistem pembayaran digital. Kelompok ini menunjukkan tingkat keberhasilan tertinggi (85.3%) dalam hal peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional.

Sementara itu, 16% UMKM berada pada tahap partially integrated, di mana implementasi e-commerce masih terbatas pada fungsi-fungsi tertentu seperti penjualan dan pemasaran digital, namun belum terintegrasi sepenuhnya dengan sistem back-end. Kelompok ini mencatat tingkat keberhasilan moderat (62.7%). Sebanyak 10.5% UMKM masih berada pada tahap initial stage, dengan fokus implementasi pada pembangunan presence digital dasar dan eksperimentasi dengan platform e-commerce sederhana.

Evaluasi Sistem Manajemen Digital

Evaluasi terhadap implementasi sistem manajemen digital pada 38% UMKM yang telah mengadopsinya mengungkapkan variasi dalam tingkat sophistication dan efektivitas penggunaan:

Tabel 2. Evaluasi Sistem Manajemen Digital UMKM

Aspek Manajemen Digital	Tingkat Adopsi (%)	Efektivitas (1-5)	ROI (%)
ERP Systems	12.5	4.2	65.3
CRM Solutions	15.0	3.8	58.7
Digital Analytics	10.5	3.5	42.1

Analisis mendalam terhadap implementasi sistem manajemen digital menunjukkan bahwa ERP systems menjadi backbone utama transformasi digital bagi 12.5% UMKM, dengan tingkat efektivitas tertinggi (4.2/5) dan ROI mencapai 65.3%. Implementasi CRM solutions menempati posisi kedua dengan adopsi 15%, menunjukkan efektivitas moderate (3.8/5) dalam meningkatkan customer engagement dan retention. Digital analytics, meskipun crucial untuk data-driven decision making, masih menunjukkan tingkat adopsi terendah (10.5%) dengan ROI 42.1%.

Analisis Strategi Digital Formal

Penelitian terhadap 28% UMKM yang telah mengembangkan strategi digital formal mengungkapkan perbedaan signifikan dalam pendekatan dan outcomes:

Tabel 3. Analisis Strategi Digital Formal UMKM

Komponen Strategi	Implementasi (%)	Impact Score (1-5)	Sustainability Index
Digital Roadmap	15.5	4.5	0.82
Innovation Framework	8.0	3.8	0.75
Digital Governance	4.5	4.2	0.68

Dari 28% UMKM dengan strategi digital formal, implementasi digital roadmap mendominasi dengan 15.5% adopsi dan impact score tertinggi (4.5/5). Framework ini memfasilitasi transformasi digital terstruktur dengan sustainability index 0.82, mengindikasikan potensi keberlanjutan jangka panjang. Innovation framework, meskipun crucial untuk pengembangan kapabilitas digital, menunjukkan tingkat adopsi moderat (8.0%) dengan impact score 3.8/5. Digital governance, sebagai komponen fundamental dalam ensuring compliance dan risk management, masih menunjukkan tingkat adopsi terendah (4.5%) namun dengan impact score signifikan (4.2/5).

Setiap komponen strategi menunjukkan karakteristik unik dalam kontribusinya terhadap transformasi digital UMKM. Digital roadmap memberikan framework komprehensif untuk transformasi berkelanjutan, sementara innovation framework mendorong pengembangan kapabilitas digital baru. Digital governance, meskipun masih dalam tahap awal adopsi, menunjukkan potensi signifikan dalam memastikan sustainability transformasi digital jangka panjang.

PEMBAHASAN

Dampak Implementasi Strategi Digital Terhadap Performa Bisnis

Implementasi strategi digital pada UMKM Indonesia telah menunjukkan dampak transformatif yang signifikan terhadap performa bisnis secara keseluruhan. Menurut (Harianto & Ahmad, 2025), peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 45% yang tercatat pada UMKM yang mengimplementasikan strategi digital secara komprehensif mengindikasikan korelasi positif antara adopsi teknologi digital dengan pertumbuhan bisnis. Fenomena ini sejalan dengan temuan (Kominfo, 2020) yang mengidentifikasi bahwa transformasi digital berperan sebagai katalis dalam mengakselerasi pertumbuhan pendapatan melalui diversifikasi channel penjualan dan optimalisasi customer engagement. Efisiensi operasional yang meningkat sebesar 32% merefleksikan optimalisasi proses bisnis melalui otomatisasi dan digitalisasi. Peningkatan ini, sebagaimana diargumentasikan oleh (Kuswinardi et al., 2024), tidak hanya berdampak pada reduksi biaya operasional tetapi juga pada peningkatan kualitas layanan dan customer satisfaction. Pertumbuhan pangsa pasar digital sebesar 56% mengindikasikan keberhasilan UMKM dalam

memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan penetrasi segmen konsumen baru.

Analisis Efisiensi Operasional

Dalam dimensi efisiensi operasional, pengurangan biaya operasional sebesar 28% merupakan manifestasi dari optimalisasi proses bisnis melalui implementasi teknologi digital. (Rakhman Nanda, Tolle, & Priharsari, 2020) mengemukakan bahwa efisiensi ini dicapai melalui streamlining proses bisnis, reduksi redundansi, dan otomatisasi task-task rutin. Peningkatan produktivitas sebesar 41% mencerminkan efektivitas implementasi sistem manajemen digital dalam mengoptimalkan alokasi sumber daya dan meningkatkan output per unit input. Optimasi rantai pasok yang mencapai 35% mendemonstrasikan transformasi fundamental dalam manajemen supply chain UMKM. Menurut (Hidayatulloh, 2024), integrasi teknologi digital dalam supply chain management telah memungkinkan visibilitas real-time, prediksi demand yang lebih akurat, dan koordinasi yang lebih efektif dengan supplier dan distributor.

Analisis Faktor Kritis Keberhasilan

Kepemimpinan digital emerges sebagai faktor fundamental dalam keberhasilan transformasi digital UMKM. Sesuai dengan temuan (Nahuway, 2024), pemimpin yang memiliki visi digital yang jelas dan kemampuan untuk mendorong perubahan organisasi berperan crucial dalam mengarahkan transformasi digital. Kapabilitas teknologi, sebagai enabler utama transformasi digital, mencakup tidak hanya infrastruktur teknologi tetapi juga kompetensi SDM dalam mengoperasikan dan mengoptimalkan teknologi tersebut.

Budaya inovasi berperan sebagai katalisator dalam akselerasi transformasi digital. (Krisna, 2024) menekankan bahwa UMKM dengan budaya inovasi yang kuat menunjukkan tingkat keberhasilan lebih tinggi dalam implementasi strategi digital. Manajemen perubahan menjadi critical success factor dalam memastikan transisi yang smooth dari sistem tradisional ke sistem digital, dengan fokus pada minimalisasi resistensi dan optimalisasi adopsi teknologi oleh seluruh stakeholder organisasi.

Investasi teknologi, sebagai faktor terakhir namun tidak kalah penting, merefleksikan komitmen organisasi dalam mengalokasikan sumber daya untuk transformasi digital. Aspek ini mencakup tidak hanya investasi dalam infrastruktur teknologi tetapi juga dalam pengembangan kapabilitas digital dan pelatihan SDM. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Khairiyah, 2024) yang mengidentifikasi korelasi positif antara level investasi teknologi dengan tingkat keberhasilan transformasi digital.

Interkoneksi antara kelima faktor kritis keberhasilan ini membentuk framework holistik yang esensial dalam memastikan efektivitas implementasi strategi digital pada UMKM. Success rate tertinggi ditemukan pada UMKM yang berhasil mengintegrasikan kelima faktor tersebut dalam pendekatan transformasi digital yang koheren dan terstruktur. Implikasi dari temuan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan sistematis dan terintegrasi dalam implementasi strategi digital. UMKM perlu mempertimbangkan tidak hanya aspek teknologi tetapi juga dimensi organizational readiness, leadership capability, dan cultural transformation dalam merencanakan dan mengeksekusi inisiatif transformasi digital mereka.

SIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan fundamental terkait implementasi manajemen strategi digital dalam transformasi bisnis UMKM di Indonesia. Pertama,

manajemen strategi digital terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, yang dimanifestasikan melalui peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 45%, efisiensi operasional sebesar 32%, dan pertumbuhan pangsa pasar digital sebesar 56%. Temuan ini mengonfirmasi bahwa adopsi dan implementasi strategi digital yang terstruktur berkontribusi secara substansial terhadap peningkatan daya saing dan sustainability UMKM dalam era digital. Kedua, transformasi digital UMKM membutuhkan pendekatan holistik yang mengintegrasikan berbagai aspek organisasional, tidak terbatas pada implementasi teknologi semata. Pendekatan ini mencakup transformasi model bisnis, restrukturisasi proses operasional, pengembangan kapabilitas SDM, dan pembentukan budaya digital yang mendukung inovasi berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi pendekatan holistik dalam transformasi digital mencatat tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang hanya berfokus pada aspek teknologi. Ketiga, kapabilitas digital emerges sebagai faktor kritis yang menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM. Penelitian mengungkapkan bahwa pengembangan kapabilitas digital yang mencakup kompetensi teknologi, literasi digital, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi menjadi prediktor signifikan kesuksesan implementasi strategi digital. UMKM dengan tingkat kapabilitas digital yang lebih tinggi menunjukkan performa superior dalam hal efisiensi operasional, inovasi proses bisnis, dan penetrasi pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bidasari, & Goso. (2023). Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Owner*, 7(2), 1635–1645. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1404>
- Ferdiansyah, Mochamad Ryan, & Tricahyono, Dodie. (2023). Identifikasi Faktor-Faktor Penghambat Implementasi Transformasi Digital Pada Umkm. *JIMEA Jurnal Ilmiah (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1583–1595.
- Hariato, Dedi, & Ahmad. (2025). Pengaruh Digitalisasi terhadap Penjualan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 28–34.
- Hidayatulloh, Taufiq. (2024). DIGITALISASI SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN KINERJA PERUSAHAAN: ANALISIS BIBLIOMETRIK. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(2), 170–186.
- Khairiyah, Ismiatul. (2024). Integrasi Teknologi Canggih Dalam Investasi: Cara Meningkatkan Keuntungan Dan Mengelola Risiko Dengan Efektif. *INVESTI : Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 587–600. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.187>
- Kominfo. (2020). TRANSFORMASI DIGITAL DALAM DUNIA BISNIS. In *Kominfo next*. Retrieved from https://jdih.kominfo.go.id/monografi_hukum/monografi/t/majalah/34
- Krisna, Andy Endra. (2024). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4).

ARTIKEL PENELITIAN

JEDBUS (Journal of Economic and Digital Business) Vol. 2 No. 1 (2025)

- Kuswinardi, Jacobus Wiwin, Batilmurik, Ridolof, Widianingsih, Betti, Darussalam, Andi Zulfikar, Walenta, Abdi Sakti, & Manuhutu, Abraham. (2024). Pengaruh Mindset Transformasi Digital terhadap Peningkatan Bisnis UMKM. *Indonesian Research Journal on Education Web*., 4, 550–558.
- Nahuway, Victorio Fernando. (2024). Manajemen Perkantoran Modern Di Era Digitalisasi : Suatu Tinjauan Literatur. *Jurnal Administrasi Terapan*, 3(1), 303–315.
- Pratamansyah, Surya Ryan. (2024). Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM : Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 1–17.
- Putri, Puspita Lianti, & Widadi, Budi. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Rakhman Nanda, Fandika, Tolle, Herman, & Priharsari, Diah. (2020). Analisis dan Perbaikan Proses Bisnis Menggunakan Metode Business Process Improvement (BPI). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 4(10), 3364–3372. Retrieved from <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Riduan, Muhammad, & Riza Firdaus, M. (2024). Transformasi Digital Dan Kinerja : Kajian Peran Budaya Organisasi. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 48–58.
- Septiani, Adistita Dwi, & Wahyuni, Resti Eka. (2024). Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Era Digital di Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(10), 1107–1118.
- Tahir, Rusdin, Harto, Budi, Rukmana, Arief Yanto, Subekti, Rino, Waty, Ervina, Situru, Agatha Christy, & Sepriano. (2023). Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasi dalam Mendukung Transformasi Bisnis di Era Digital). In *Sonpedia Publishing*.